

چرا سایت فروشگاهی من فروش ندارد؟ ۱۵ دلیل اصلی و راهکارهای سریع

چند سالی می‌شود که اینترنت، به یک بستر عالی برای توسعه کسب و کارها تبدیل شده است. با این حال، بسیاری از وبسایت‌ها با وجود تلاش‌های فراوان در جذب مشتریان، فروش قابل توجهی ندارند. این موضوع می‌تواند به دلایل مختلفی بستگی داشته باشد که شناخت آن‌ها برای هر کسب و کاری حائز اهمیت است. عدم فروش می‌تواند ناشی از دلایل متعددی باشد که تشخیص آن به شناخت دلایل و بررسی دقیق نیاز دارد. در این مقاله به بررسی مهم‌ترین دلایل فروش نداشتن سایت‌های اینترنتی پرداخته و راهکارهایی برای جذب مشتری و افزایش فروش ارائه خواهیم کرد. امیدواریم با شناخت این دلایل بتوانید به کسب و کار خود رونق بیشتری ببخشید.

مهم‌ترین دلایل فروش نداشتن سایت اینترنتی

طراحی نامناسب سایت

استفاده از قالب‌های آماده ارزان و طراحی شلخته و نامنظم می‌تواند باعث ترک صفحه سایت توسط مشتریان شود. استفاده از رنگ‌هایی که چشم را اذیت می‌کنند و یا فونت‌های خیلی ریز و ناخوانا نیز از دیگر دلایلی هستند که باعث می‌شوند مشتریان تمایلی به ماندن در سایت شما نداشته باشند. خرج سریع کاربران از صفحه سایت، مساوی است با پایین آمدن فروش. از مهم‌ترین ویژگی‌های یک فروشگاه اینترنتی موفق، می‌توان به همین ظاهر کاربر پسند اشاره کرد. توجه به ظاهر و نمای سایت، یک هزینه نیست؛ بلکه یک سرمایه‌گذاری پربازده است.

پایین بودن سرعت سایت

این روزها دیگر هیچکس حوصله صبر کردن برای بارگزاری سایت را ندارد. اگر سایت شما در کمتر از سه ثانیه بارگزاری نشود احتمالاً بازدیدکنندگان آن را ترک کنند و هرگز برنگردند. سرعت بارگزاری پایین بر سئو سایت نیز تاثیر منفی می‌گذارد و باعث می‌شود که سایت در نتایج اول موتورهای جستجو دیده نشود به همین دلیل احتمالاً مشتریان متوجه وجود سایت شما نشوند!

برای بهبود سرعت سایت، می‌توانید از ابزارهای مختلفی مانند فشرده‌سازی تصاویر، استفاده از CDN (شبکه توزیع محتوا) و بهینه‌سازی کدهای HTML و CSS استفاده کنید. تکنیک‌های دیگری مانند بارگزاری تنبل، حذف افزونه‌های قدیمی و ناکارآمد نیز از دیگر روش‌های بالا بردن سرعت سایت هستند.

نداشتن نماد اعتماد الکترونیکی

نماد اعتماد الکترونیکی یا همان ای‌نماد، نشان از واقعی و معتبر بودن سایت شما دارد که به کاربران اطمینان می‌دهد اطلاعات شخصی و مالی آن‌ها در امنیت است. مشتریان تمایل دارند از وبسایت‌هایی خرید کنند که اعتبار کافی داشته باشند و عدم وجود این نماد می‌تواند باعث کاهش اعتماد مشتریان به وبسایت شما شود و آن‌ها را از خرید منصرف کند.

مشکلات امنیتی سایت

اگر وبسایت شما دارای مشکلات امنیتی باشد، احتمال هک شدن و سرقت اطلاعات کاربران افزایش می‌یابد که می‌تواند به اعتبار برند شما آسیب بزند و حتی عواقب قانونی داشته باشد. مشتریان تمایل دارند از وبسایت‌هایی خرید کنند که امنیت اطلاعات آن‌ها را تضمین کنند. برای جلوگیری از مشکلات امنیتی، باید از پروتکل HTTPS استفاده کرده و نرم‌افزارهای امنیتی معتبر را بر روی وبسایت خود نصب کنید. به روزرسانی منظم سیستم‌های مدیریت محتوا و افزونه‌ها نیز می‌تواند به جلوگیری از نفوذ هکرها کمک کند.

ریسپانسیو نبودن سایت

بسیاری از مردم از گوشی‌های موبایل و تبلت خود برای بازدید سایت‌ها استفاده می‌کنند و ریسپانسیو نبودن سایت، باعث ترک فوری کاربران می‌شود. طراحی ریسپانسیو به این معناست که وبسایت شما باید به طور خودکار با اندازه صفحه نمایش دستگاه کاربر سازگار شود. در نتیجه علاوه بر بهبود تجربه کاربری، رتبه شما در موتورهای جستجو نیز بالاتر می‌رود و شانس بیشتری برای دیده شدن پیدا می‌کنید.

به روز نبودن محتوای سایت

کاربران معمولاً تمایل دارند اطلاعات جدید و مرتبط با محصولات یا خدمات را مشاهده کنند. اگر محتوای سایت شما قدیمی باشد یا اطلاعات نادرستی ارائه دهد، احتمالاً مشتریان اعتماد خود را از دست خواهند داد و به سمت رقبای شما خواهند رفت. موتورهای جستجو نیز به محتوای تازه و مرتبط اهمیت می‌دهند.

و عدم به روزرسانی محتوا می‌تواند رتبه سایت شما را تحت تأثیر قرار دهد. بنابراین سعی کنید برای خلق محتوای به روز و یا آپدیت محتوای قدیمی خود، زمانی را اختصاص دهید.

تصاویر بی کیفیت از محصولات

یکی از مهم‌ترین دلایل شکست کسب و کارهای اینترنتی، بی‌توجهی به عوامل بصری مانند تصاویر محصولات سایت است. عکس‌ها، تنها اطلاعاتی هستند که مشتریان نسبت به محصول دریافت می‌کنند. اگر تصاویر شما بی‌کیفیت، ناکافی و یا مبهم باشند، مشتری اعتماد خود را از دست خواهد داد. برای حل این مشکل تنها کفایت از محصولات خود عکس‌های متعدد و با کیفیت بگیرید و در سایت قرار دهید. هرچه جزئیات و زوایای بیشتری از محصول دیده شود، شانس فروش آن محصول بالاتر خواهد رفت.

توضیحات ناکافی برای محصول

خریداران معمولاً قبل از خرید نیاز دارند تا اطلاعات دقیقی درباره ویژگی‌ها، مزایا و کاربردهای محصول دریافت کنند. اگر توضیحات محصول ناقص یا گیج‌کننده باشد، احتمال اینکه مشتریان خرید خود را انجام دهند کاهش می‌یابد. برای جلب توجه مشتریان، باید توضیحات دقیق و کاملی درباره هر محصول ارائه دهید که شامل ویژگی‌ها، مواد سازنده، روش استفاده و مزایای محصول باشد. همچنین، استفاده از نظرات مشتریان قبلی نیز می‌تواند به افزایش اعتماد خریداران کمک کند.

پیچیدگی فرآیند خرید

مشتری باید بتواند در چند کلیک ساده خرید خود را انجام دهد. ناوبری پیچیده صفحات خرید و یا طولانی بودن فرآیند باعث انصراف آن‌ها خواهد شد. برای اصلاح این مشکل، باید مراحل خرید را کاهش داده و اطمینان حاصل کنید که تمام اطلاعات لازم برای تکمیل خرید در دسترس کاربران قرار دارد. امکان ثبت نام سریع یا خرید بدون نیاز به ثبت نام نیز می‌تواند تجربه کاربری را تسهیل کند. با ساده کردن فرآیند خرید، می‌توانید احتمال تبدیل بازدیدکنندگان به خریداران واقعی را افزایش دهید.

دریافت اطلاعات شخصی کاربران

بسیاری از کاربران تمایل ندارند اطلاعات حساسی مانند تاریخ تولد، کدملی یا آدرس ایمیل خود را ارائه دهند مگر اینکه احساس کنند این اطلاعات ضروری هستند. بنابراین، بهتر است از درخواست اطلاعات

غیرضروری خودداری کنید. همین اطلاعات دریافت شده را نیز باید به صورت ایمن نگهداری کنید تا مشتریان احساس امنیت کنند.

قیمت‌گذاری نامناسب

قیمت‌های خیلی بالا و غیررقابتی، مشتریان شما می‌پرانند. اغلب مشتریان، قبل از خرید محصول سایت‌های مختلف را باز میکنند تا قیمت‌ها را بررسی کنند. در چنین شرایطی، سایت‌هایی که قیمت بالایی دارند، حتی اگر ده‌ها عکس با کیفیت از محصول خود منتشر کرده باشند یا توضیحات کافی داده باشند، به احتمال زیاد رقابت را خواهند باخت. قیمت خیلی پایین نیز باعث شک مشتریان به کیفیت و اصالت محصول شده و مانع خرید آن‌ها می‌شود. برای قیمت‌گذاری صحیح، ابتدا نگاهی به رقبای خود بیاندازید، سپس با توجه به هزینه‌ها و سود خود، قیمتی منطقی را انتخاب کنید.

هزینه ارسال زیاد

بسیاری از خریداران قبل از خرید نهایی هزینه‌های ارسال را بررسی می‌کنند و اگر این هزینه‌ها بالا باشد، ممکن است تصمیم بگیرند که خرید خود را لغو کنند یا به سمت رقبای دیگر بروند که هزینه‌های ارسال کمتری دارند. برای جذب مشتریان بیشتر، بهتر است گزینه‌های مختلف ارسال با هزینه‌های متفاوت ارائه دهید یا حتی شرایط خاصی برای ارسال رایگان تعیین کنید؛ مثلاً برای خریدهای بالای یک مبلغ مشخص.

فراخوان به اقدام ضعیف

فراخوان به اقدام (CTA) به معنای دعوت از کاربران به انجام یک اقدام خاص مانند ثبت نام در سایت یا خرید محصول است. باید مطمئن شوید که دکمه‌های CTA واضح، جذاب و قابل مشاهده هستند و مستقیماً اقدام مورد نظر را بیان کنند؛ مثلاً «همین حالا خرید کنید» یا «ثبت نام کنید». همچنین، استفاده از رنگ‌های متضاد برای دکمه‌های CTA می‌تواند توجه بیشتری جلب کند. از سوی دیگر، می‌توانید فراخوان به اقدام خود را جذاب‌تر جلوه دهید، مثلاً: «۱۰ درصد تخفیف برای کسانی که امروز ثبت نام کنند» یا «ارسال رایگان محصولات، تنها تا نیمه شب امشب».

پشتیبانی ضعیف

اگر مشتریان نتوانند به راحتی پاسخ سوالات خود را دریافت کنند یا با مشکلاتی مواجه شوند که نتوانند حل کنند، احتمال اینکه خرید خود را لغو کنند افزایش می‌یابد. بنابراین، ارائه خدمات پشتیبانی قوی از

طریق چت آنلاین، ایمیل یا تلفن بسیار مهم است تا مشتریان احساس کنند که در هر زمان که نیاز دارند پشتیبانی لازم در دسترس آنهاست. همچنین، ایجاد بخش پرسش‌های متداول نیز می‌تواند به کاهش بار پشتیبانی کمک کند و پاسخ سوالات رایج مشتریان را فراهم آورد.

برندینگ ضعیف

برندینگ شامل طراحی لوگو، رنگ‌ها، پیام‌ها و ارزش‌هایی است که برند شما نمایندگی می‌کند. ایجاد یک برند قوی نیازمند زمان و تلاش مداوم است؛ اما نتیجه نهایی آن جذب وفاداری مشتریان و افزایش فروش خواهد بود. بسیاری از کسب و کارهای خرد، به اشتباه فکر می‌کنند که برندینگ، تنها برای بیزینس‌های بزرگ و سرمایه‌داران کلان است. درحالی که برندینگ برای کسب و کارهای کوچک نیز معجزه می‌کند، البته اگر به درستی انجام شود. برای تقویت برندینگ خود، باید داستان برندتان را تعریف کرده و ارتباط مؤثری با مخاطبان هدف برقرار کنید تا بتوانید هویت منحصر به فرد خود را ایجاد کنید.

راهکارهایی برای جذب مشتری و افزایش فروش

حال که مشکلات احتمالی فروش پایین سایت را دانستید و برای رفع آن تلاش کردید، ممکن است اکنون بپرسید: «چگونه مشتری اینترنتی جذب کنم؟». برای جذب مشتریان جدید نیز راهکارهایی وجود دارد که آنها در ادامه عنوان می‌کنیم.

ارتقا سئو سایت

هرچه سایت شما بیشتر در نتایج جستجوی گوگل دیده شود، احتمال فروش محصولاتتان افزایش می‌یابد. به خصوص در شرایط بد اقتصادی، سئو سایت باعث جذب مشتریانی از سراسر کشور و افزایش شانس فروش در رکود اقتصادی می‌شود. برای ارتقاء سئو سایت باید بر روی کلمات کلیدی مناسب تمرکز کنید و محتوای ارزشمندی تولید نمایید که پاسخگوی نیازهای مخاطبان باشد. همچنین ایجاد بک لینک‌های معتبر و استفاده از تکنیک‌های سئو داخلی مانند بهینه‌سازی عناوین صفحات نیز بسیار مؤثر هستند.

داستان سرایی برای برند

داستان سرایی یکی از تکنیک‌های مؤثر در بازاریابی است که کمک می‌کند برند شما ارتباط عاطفی عمیق‌تری با مخاطبان برقرار کند. با تعریف داستان برندتان، شامل تاریخچه برند، ارزش‌ها و مأموریت،

می‌توانید توجه مشتریان را جلب کرده و آن‌ها را ترغیب کنید که با برند شما ارتباط برقرار کنند. مهم‌ترین تاثیر داستان سرایی در فروش، ایجاد ارتباط عمیق با مشتریان، افزایش نرخ بازگشت آن‌ها و افزایش فروش است.

استفاده از تبلیغات پولی

یکی دیگر از ساده‌ترین روش‌های افزایش فروش اینترنتی، بهره‌گیری از خدمات تبلیغاتی موتورهای جستجو مانند گوگل ادز است. این تبلیغات انعطاف پذیری بالایی برای تعیین اهداف تجاری دارند و می‌توانند برای مخاطبان مختلف شخصی‌سازی شوند. نتیجه‌بخشی این تکنیک سریع است و می‌توان میزان اثربخشی آن را اندازه‌گیری کرد و در تجربیات بعدی، از تکنیک‌های بهتری استفاده کرد.

بهره‌گیری از تکنیک‌های بازاریابی

پیامک مارکتینگ و ایمیل مارکتینگ از شیوه‌های قدیمی بازاریابی هستند که هنوز هم اثربخشی خود را دارند. با ایمیل مارکتینگ می‌توان پیام‌های تبلیغاتی شخصی‌سازی شده را برای مشتریان ارسال کرد که باعث احساس نزدیکی آن‌ها با سایت شما می‌شود.

پیامک مارکتینگ نیز از آنجا که مشتریان، پیامک‌های خود را باز می‌کنند، می‌تواند باعث افزایش فروش شما بشود. تنها کافی است در پیامی مختصر آن‌ها را از تخفیف‌ها و پیشنهادات ویژه خود مطلع سازید.

سخن پایانی

دیدیم که عدم فروش یک وب‌سایت اینترنتی ممکن است ناشی از عوامل متعددی باشد که شناخت آن‌ها برای هر کسب و کاری ضروری است. با شناسایی این مشکلات و پیاده‌سازی راهکارهای مناسبی که گفتیم، مانند ارتقاء سئو سایت، استفاده از تبلیغات پولی، تقویت خدمات پشتیبانی مشتریان و غیره می‌توانید سایت خود را به روزهای اوج خودش برگردانید و فروشتان را افزایش دهید.

منبع

+

<https://www.portal.ir/reasons-for-decrease-sales-your-website>